



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CAMPUS UNIVERSITÁRIO PROFESSOR ALBERTO CARVALHO
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO
CURSO DE LICENCIATURA EM PEDAGOGIA**

KATHLEN KAUANNY FEITOSA SANTOS

**O CORPO E SUAS PEDAGOGIAS: ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DE THAÍS
CARLA E VIRGINIA FONSECA**

**ITABAIANA
2025**

KATHLEN KAUANNY FEITOSA SANTOS

O CORPO E SUAS PEDAGOGIAS: ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DE THAÍS CARLA
E VIRGINIA FONSECA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
curso de licenciatura em Pedagogia, do
Departamento de Educação, da Universidade
Federal de Sergipe, Campus Universitário
Professor Alberto Carvalho, como requisito para
obtenção do grau de licenciada em Pedagogia.

Orientadora:
Profa. Dra. Fernanda Amorim Accorsi

KATHLEN KAUANNY FEITOSA SANTOS

O CORPO E SUAS PEDAGOGIAS: ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DE THAÍS CARLA
E VIRGINIA FONSECA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de licenciatura em Pedagogia, do Departamento de Educação, da Universidade Federal de Sergipe, Campus Universitário Professor Alberto Carvalho, como requisito para obtenção do grau de licenciada em Pedagogia.

Orientadora:
Profa. Dra. Fernanda Amorim Accorsi

Aprovada em: 02 de abril de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Fernanda Amorim Accorsi
Universidade Federal de Sergipe

Kátia Cristina Norões
Universidade Federal de Sergipe

Isabela Rosália Lima de Araújo
Universidade Federal de Sergipe

ITABAIANA
2025

Dedico este trabalho às mulheres que esta pesquisa
pode ajudar de alguma forma e a todos e todas que
me acompanharam durante o processo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me conceder o discernimento, a dedicação, força e coragem para dá continuidade ao trabalho árduo e gratificante que foi produzir este trabalho. Eu achei que não seria capaz de escrever uma linha sequer, mas Deus me mostrou que sim: EU SOU CAPAZ!

À minha orientadora, Profa. Dra. Fernanda Amorim Accorsi, que desempenhou com maestria a sua função, tratando tudo com leveza e transparência, respeitando todos os meus limites desde o início. Ao fim de cada orientação, eu me sinto tão leve quanto uma nuvem e com gás para produzir cada vez mais. Minha eterna gratidão a você, Fer.

A minha mãe Cláudia e ao meu pai Jackson, que sempre me apoiaram em minhas escolhas, dedicaram amor, carinho e atenção em toda minha vida, me fortalecendo e incentivando a cursar o que eu sempre quis e hoje estou aqui para dizer: mãe, pai eu conseguir graças a vocês, muito obrigada por tudo. Aqui também agradeço aos meus irmãos, Yud, Hugo e Noah, a irmã ama muito vocês, vocês são tudo na minha vida.

Ao meu esposo, Érick, por sempre me apoiar, por me levar para UFS em boa parte do curso, por me emprestar o notebook para eu poder está aqui escrevendo, por ouvi minhas apresentações de treinamento, por todo incentivo desde o início.

À minhas amigas Biancca, Taynara, Anny e Thalyta, por sempre estarem disponíveis para me socorrer, por me ouvirem, por estarem ao meu lado, com toda certeza foi muito mais leve todos esses anos de curso por vocês estarem lá comigo, muito obrigada meninas.

E por último e não menos importante a todos da minha família que sempre estiveram comigo nessa fase, minha vóinha Maria em especial, que sempre me pergunta como estou e como vai as coisas da faculdade.

Educação é aquilo que a maior parte das pessoas
recebe, muitos transmitem e poucos possuem.

Karl Kraus

RESUMO

A presente pesquisa é qualitativa e está ancorada nos pressupostos dos Estudos de Gênero e dos Estudos Culturais. A partir das discussões de Educação e Corpo, o objetivo geral é analisar as narrativas sobre o corpo difundidas por Virginia Fonseca e Thaís Carla em suas publicações no Instagram, compreendendo-as como pedagogias culturais que interpelam o imaginário social e orientam comportamentos, modos de ser, estar e existir no mundo. Foram estudadas três publicações de cada influenciadora e seus respectivos comentários, a fim de debater criticamente sobre os padrões de beleza e estimular reflexões que valorizem a diversidade e questionem ideais estéticos. Para orientar a pesquisa, foi perguntado: como os padrões de beleza, associados a características como raça, classe social e peso corporal, atravessam a percepção e o alcance das influenciadoras digitais? A interpretação da pesquisa é de que Virginia Fonseca perpetua os estereótipos de beleza hegemônicos, o que contrasta com Thais Carla, que desafia esses padrões, promovendo a diversidade corporal, mas ambas servem como lentes para investigar como diferentes representações são alvos de críticas da sociedade machista e patriarcal. Os resultados subsidiam sugestões de relações outras sobre corpo e educação.

Palavras-chave: Corpo; Diversidade; Redes sociais; Saúde mental.

ABSTRACT

This research is qualitative and is anchored in the assumptions of Gender Studies and Cultural Studies. Based on discussions on Education and Body, the general objective is to analyze the narratives about the body disseminated by Virginia Fonseca and Thaís Carla in their Instagram posts, understanding them as cultural pedagogies that question the social imaginary and guide behaviors, ways of being, existing and existing in the world. Three posts from each were updated, as well as their respective comments, in order to critically debate beauty standards and stimulate reflections that value diversity and question aesthetic ideals. To guide the research, the following question was asked: how do beauty standards, associated with characteristics such as race, social class and body weight, affect the perception and reach of digital influencers? The interpretation of the research is that Virginia Fonseca perpetuates hegemonic beauty stereotypes, which contrasts with Thais Carla, who challenges these standards, promoting body diversity, but both serve as lenses to investigate how different representations are targets of criticism from a sexist and patriarchal society. The results support suggestions for other relationships between the body and education.

Keywords: Body; Diversity; Social networks; Mental health.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | | |
|------------|---|----|
| Figura 1 – | Post de Thais Carla em família | 17 |
| Figura 2 – | Post de Virginia Fonseca no nascimento do seu filho..... | 19 |
| Figura 3– | Post de Virginia Fonseca para Lança Perfume | 21 |
| Figura 4 – | Post de Thais Carla ‘arrume – se comigo’..... | 23 |
| Figura 5 – | Post de Thais Carla sobre roupas..... | 26 |
| Figura 6 - | Post de Virginia Fonseca na fazenda Talismã..... | 27 |

SUMÁRIO

| | | |
|----------|--|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 11 |
| 2 | ENCAMINHAMENTO METODOLÓGICO | 15 |
| 3 | DUAS MULHERES, MÚLTIPLAS PEDAGOGIAS | 16 |
| 3.1 | FAMÍLIA | 16 |
| 3.2 | TRABALHO | 21 |
| 3.3 | ATÉ ONDE VAI O PADRÃO? | 24 |
| 3.4 | PADRÕES CADA VEZ MAIS INATINGÍVEIS | 29 |
| 4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 30 |
| | REFERÊNCIAS | 33 |

1 INTRODUÇÃO

A publicidade desempenha um papel central na formação de ideais de beleza, moldando percepções e orientando comportamentos, especialmente das mulheres. Este trabalho investiga como esses padrões, muitas vezes irreais, impactam e geram pressão estética e emocional. A pesquisa aqui proposta tem como objeto de estudo as publicações de duas influenciadoras no Instagram, são elas: Thais Carla e Virginia Fonseca.

Thais, que nasceu em Nova Iguaçu, Rio de Janeiro, em 15 de outubro de 1991, 33 anos, mãe de duas crianças (Maria e Eva), cantora (a partir de 2024), esposa (Israel Reis), ex-dançarina, influenciadora digital e de corpo gordo, ela também é conhecida por ser ativista contra o estigma social da obesidade. Virginia, que nasceu na cidade de Danbury/EUA, em 6 de abril de 1999, tem 25 anos, mãe de três crianças (Maria Alice, Maria Flor e José Leonardo) empresária da sua marca WePink, apresentadora do Sabadou com Virgínia, do SBT, esposa do cantor Zé Felipe, influenciadora digital, e com corpo magro. Ambas são mulheres, mães, esposas e profissionais de destaque¹, mas representam realidades corporais e de estilo de vida opostas, públicos variados e mensagens diferenciadas sobre corpo e beleza, o que permite a construção de paralelos reflexivos sobre o tema beleza.

Iniciado em junho de 2024, este estudo foi desenvolvido junto ao grupo de Pesquisas e Estudos em Práticas Educativas, Corpo e Ambiente (PEPECA). Inserida nesse ambiente acadêmico, aprofundei-me em discussões feministas que ampliaram significativamente meu entendimento sobre Educação e Corpo, sobre os impactos sociais da publicidade, além de fortalecerem meu compromisso em contribuir para a construção de uma sociedade mais inclusiva e consciente. Por meio desta análise, fomento o debate crítico sobre os padrões de beleza e estimular reflexões que valorizem a diversidade e questionem ideais estéticos.

Este trabalho é produzido na graduação em Pedagogia, porque leva em conta que a publicidade chega às crianças, aos/as jovens e aos/as adultas antes da escola, porque ela orienta modos de ser, estar e existir, se tornando pedagógica. A sociedade contemporânea é marcada pela crescente interpelação das redes sociais, que podem moldar hábitos, comportamentos e, principalmente, a percepção de beleza e corporeidade (Isis Tomaz,2024).

Nessa dinâmica, as influenciadoras digitais emergem como poderosas figuras, capazes de construir narrativas e disseminar padrões estéticos que impactam, sobretudo, as jovens.

“Afirmo com isso que há diversas pedagogias atuando no meio social e ensinando aos corpos masculinos e femininos, adultos e infantis modos de se comportar e de se relacionar com as

coisas do mundo” (Andrade, 2003, p. 108). Ao comparar as narrativas dessas duas influenciadoras, pretende-se compreender como a mídia, por meio de diferentes representações, contribui para a construção e reforço de estereótipos sobre a imagem corporal. Enquanto Virginia Fonseca personifica os padrões de beleza convencionais, Thais Carla desafia esses mesmos padrões, promovendo a diversidade corporal.

Ao analisar as narrativas dessas duas influenciadoras, pretendo investigar como a mídia, por meio de diferentes representações, pode moldar a percepção corporal das pessoas, sobretudo das mulheres, especialmente no que diz respeito à construção de ideais de beleza e corporeidade. O impacto da mídia na percepção corporal das pessoas é um tema de crescente relevância na sociedade contemporânea, ainda que não seja novo, mas no século XXI, há a presença massiva das redes sociais na formação de padrões estéticos. Neste contexto, o presente trabalho tem como **objetivo geral** analisar as narrativas sobre o corpo difundidas por Virginia Fonseca e Thaís Carla em suas publicações no Instagram, compreendendo-as como pedagogias culturais que interpelam o imaginário social e orientam comportamentos, modos de ser, estar e existir no mundo.

Para isso, investigo como os corpos dessas influenciadoras são representados em duas publicações específicas, explorando as críticas e os elogios direcionados a elas sob a perspectiva dos Estudos Culturais e de Gênero. Além disso, comparo as estratégias utilizadas por ambas na construção de suas imagens, considerando como essas práticas podem atuar na reprodução ou desconstrução de padrões sociais.

Diante disso, o **problema de pesquisa** é: Como os padrões de beleza, associados a características como raça, classe social e peso corporal, atravessam a percepção e o alcance das influenciadoras digitais? A **hipótese** que orienta esta investigação é que, embora ambas influenciadoras atuem no mesmo universo digital, seus discursos e representações contribuem de maneira diferente para a construção de estereótipos e padrões estéticos, enquanto Virginia Fonseca reforça ideais tradicionais de beleza (magreza e corpo padrão), Thais Carla desafia esses ideais ao promover a diversidade e combater o estigma social relacionado à obesidade.

Portanto, este trabalho entende não apenas como essas influenciadoras reforçam ou desafiam estereótipos, mas também discutir como essa interpelação pode moldar as relações das mulheres com seus próprios corpos. A mídia exerce um papel significativo na construção dos ideais estéticos contemporâneos (Silva et al, 2018) e esta pesquisa pretende contribuir para a compreensão desse fenômeno em um ambiente educacional, oferecendo subsídios para a promoção de uma cultura de aceitação e respeito à diversidade corporal.

¹ Entendo destaque como milhares de seguidores /as nas redes sociais e protagonistas de repercussões sociais.

A relação entre corpo e educação é um campo de estudo cada vez mais relevante, especialmente considerando o papel cada vez mais presente da mídia na vida das pessoas, sobretudo as mulheres. O impacto da mídia na construção de padrões de beleza e na formação da identidade corporal é um fenômeno complexo e multifacetado, com implicações significativas para a saúde mental e o bem-estar das jovens. Além disso, essa pesquisa pode contribuir para a elaboração de estratégias de educação para a saúde que promovam uma imagem corporal positiva e um relacionamento mais saudável com o próprio corpo e se insere em um contexto em que a mídia exerce um papel cada vez mais central na construção da identidade e da autoestima, tornando-se fundamental compreender como esses processos ocorrem e quais são as suas consequências para a saúde mental dessa população. Investigar como as redes sociais moldam os estereótipos de beleza que contribuem para a insatisfação corporal se justifica pela crescente utilização dessas plataformas e pela associação entre o uso intenso das redes sociais e o desenvolvimento de distúrbios da imagem corporal.

A relevância deste estudo emerge, ainda, da experiência pessoal da pesquisadora, que se viu imersa nas realidades corporais de duas mulheres, Thaís Carla e Virginia Fonseca. A análise contrastiva das trajetórias dessas influenciadoras digitais, ambas alvo de críticas intensas por suas escolhas estéticas, evidencia a complexidade das relações entre corpo, mídia e sociedade. A pesquisadora observou como a corporeidade de Thaís Carla, inicialmente criticada por não se adequar aos padrões de beleza hegemônicos, foi posteriormente alvo de julgamentos quando a influenciadora buscou se conformar a esses mesmos padrões.

Paradoxalmente, ao adotar um corpo mais esguio, Virginia Fonseca também se tornou alvo de críticas, demonstrando a impossibilidade de satisfazer as expectativas idealizadas veiculadas nas redes sociais que estão situadas em uma sociedade machista e patriarcal. Essa experiência empírica, somada à crescente obsessão de adolescentes por padrões de beleza irreais, impulsionou a presente investigação, que problematiza as dinâmicas sociais e culturais que moldam as percepções sobre o corpo feminino na contemporaneidade.

A disseminação de padrões de beleza irreais e a valorização excessiva da magreza, frequentemente promovidos pela mídia, contribuem para o aumento da insatisfação corporal, da baixa autoestima e de transtornos alimentares entre os adolescentes. A investigação desse tema se justifica pela necessidade de compreender como a mídia molda a forma como os jovens se veem e se relacionam com seus corpos, a fim de promover ações que combatam a discriminação e a exclusão social baseadas na aparência física (Andrade, 2003).

Alexandre Filordi de Carvalho (2013) ressalta como a cultura das imagens atua como um instrumento poderoso das pedagogias culturais, influenciando valores, atitudes e gostos sociais. Ele destaca o papel central das representações visuais na formação de padrões culturais e estéticos, evidenciando como a cultura imagética molda comportamentos e percepções na mesma.

2 ENCAMINHAMENTO METODOLÓGICO

A pesquisa possui caráter qualitativo, permitindo uma análise profunda das representações e discursos presentes nas redes sociais. Essa abordagem, conforme enfatiza Gil (2010), é essencial para captar a complexidade das interações sociais e compreender os significados subjacentes nas comunicações. Analiso os conteúdos das publicações das influenciadoras, com base nas centenas de comentários, o que se revela eficaz para atingir os objetivos da pesquisa. A pesquisa qualitativa, segundo Gil (2010), valoriza a subjetividade e o contexto, permitindo que os dados emergentes revelem nuances que podem passar despercebidas em métodos quantitativos, contribuindo assim para uma compreensão do fenômeno estudado.

“A prática da pesquisa científica é, então, um processo de reinvenção do/a pesquisador/a, em que ao descobrir fragmentos da realidade, ele/a se (re)organiza diante do conhecimento, diante das verdades instáveis que têm acesso” (Accorsi, Teruya, 2020, p. 191). Portanto, as análises são feitas de maneira igualitária, três publicações de cada uma das personagens da pesquisa, uma relacionada a família, outra ao trabalho (roupas e produções) para que seja possível ver as diferenças e, por último, ao corpo para ver possíveis igualdades de cada uma, e o porquê são elogiadas ou criticadas. Para isso, serão criadas categorias de análise das publicações e dos comentários presentes em suas próprias publicações.

Será discutida a relação que elas têm com as marcas, qual tipo de nicho procura Thais Carla e qual nicho procura Virginia Fonseca e qual relevância isso traz para suas seguidoras, como a exposição de ambas pode impactar na vida dessas mulheres que acompanham, principalmente em relação ao corpo. Assim, verifico como elas são pedagógicas e ensinam modos de existências às outras mulheres.

Diante disso, utilizo, principalmente, Bell Hooks (2018), teórica feminista que discute a interseccionalidade entre raça, classe e gênero. Em suas obras, ela explora como a mídia representa mulheres e questões de gênero, abordando o papel da cultura popular na construção de identidades. Ruth Sabat (2005), pesquisadora que foca na relação entre gênero, corpo e comunicação, investiga como os meios de comunicação moldam percepções de gênero e como isso atravessa a construção da identidade, e examina as representações de corpos na mídia e suas implicações sociais, abordando temas como a objetificação e a violência e, ainda, Rosa Maria Bueno Fischer (2001), que estuda a interseção entre gênero, corpo e comunicação, com foco em como as tecnologias digitais e a mídia orienta a percepção de

gênero. Ela analisa como as redes sociais e outras plataformas digitais impactam a autoimagem e as dinâmicas de poder, refletindo sobre a construção de identidades.

A pesquisa considera o contexto histórico e cultural em que as mulheres e adolescentes estão vivendo, refletindo sobre como esses fatores influenciam suas percepções e comportamentos em relação ao corpo. Essa compreensão será essencial para contextualizar as interações observadas e enriquecer a análise das tendências sociais que orientam as formações identitárias das sujeitas.

3 DUAS MULHERES, MÚLTIPLAS PEDAGOGIAS

Nesta seção serão apresentados os fundamentos teóricos que sustentam a pesquisa, com base nos Estudos Culturais e de Gênero, explorando as pedagogias culturais e o papel da mídia na construção de padrões de beleza, uma vez que entendemos que as mídias educam as subjetividades, os comportamentos, os modos de ser, estar e existir. Para interpretar os sentidos das publicações e comentários, serão usados os Estudos Culturais que “[...] expressam, então, uma tentativa de ‘descolonização’ do conceito de cultura”. Em outras palavras, a cultura é compreendida como modo de modelar práticas, saberes e poderes. (Costa, 2011, p. 109).

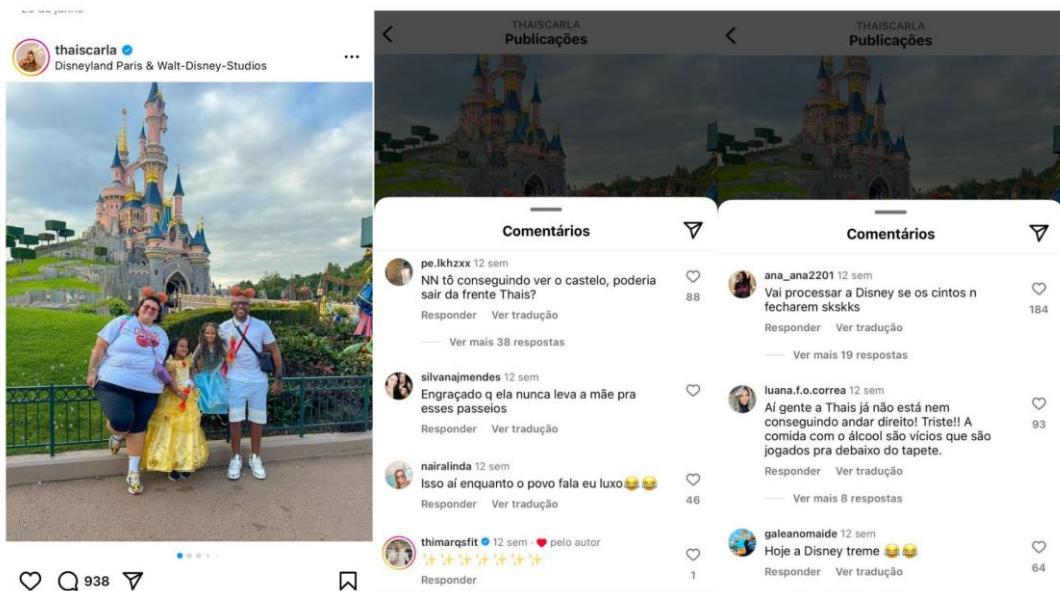
A análise de dados foi realizada a partir de três publicações específicas de cada influenciadora, Thaís Carla e Virginia Fonseca, abrangendo **três categorias**: família, trabalho e corpo. Além das publicações, serão examinados os comentários gerados por seus/suas seguidores/as, buscando compreender as respostas e as percepções do público, evidenciando como as narrativas midiáticas emitem significados, os quais impactam a construção de significados sociais relacionados aos corpos femininos, que estão sempre sendo orientados pelo patriarcado, cuja concepção os vê como insuficientes a revelia das necessidades e das vontades das mulheres.

3.1 FAMÍLIA

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, foi utilizada uma imagem publicada por Thais Carla (Figura 1) em seu perfil no Instagram, onde aparecia ao lado de sua família durante uma viagem à Disney nos Estados Unidos, realizada em 19 de junho de 2024. Essa imagem foi selecionada por representar um momento de lazer e de vivência familiar que contrasta com os padrões tradicionalmente associados à felicidade e ao sucesso nas redes

sociais, geralmente reservados a corpos magros e dentro do padrão hegemônico. No entanto, após a coleta e análise do conteúdo, a imagem foi excluída do perfil da influenciadora. Ainda assim, optou-se por mantê-la na análise, visto que, no momento da produção da pesquisa, ela estava disponível publicamente e já havia sido incorporada ao corpus de estudo. Essa decisão também reforça a efemeridade dos conteúdos digitais e a importância de considerar o tempo e o contexto na coleta de dados em ambientes online.

Figura 1- Post de Thais Carla em família



Fonte: Acervo da autora, 2024.

A estigmatização vivida por Thaís Carla reflete um problema estrutural e cultural amplamente difundido, que, segundo Jimenez-Jimenez (2020), manifesta-se por meio de desvalorização, humilhação, inferiorização e ofensas dirigidas aos corpos gordos em diferentes espaços sociais. Nos comentários, foram encontradas mensagens cruéis como “Hoje a Disney treme” e afirmações preconceituosas que comparavam a obesidade a um vício, como: “Aí gente, a Thaís já não está nem conseguindo andar direito! Triste! A comida com o álcool são vícios que são jogados pra debaixo do tapete”.

O caso de Thaís Carla, que foi duramente criticada nas redes sociais após compartilhar uma foto em família na Disney, evidencia a persistência do preconceito contra pessoas com corpos que fogem dos padrões impostos socialmente e difundidos pela indústria farmacêutica, pelas mídias, pelas redes sociais. Conforme apontado por Araújo et al. (2018), indivíduos com obesidade são frequentemente alvo de julgamentos e exclusão social, mesmo em momentos

de lazer e celebração. Essa situação reflete a internalização de padrões de beleza irreais e a associação da obesidade às características negativas, como falta de saúde e de autocontrole. As redes sociais, por sua vez, amplificam esses discursos de ódio, contribuindo para a construção de uma cultura da exclusão e da intolerância, que asseveram a magreza como modelo a ser seguido, ignorando os múltiplos biotipos dos corpos.

A repercussão negativa da postagem de Thaís Carla revela a necessidade de combater o preconceito contra pessoas com corpo gordo. Conforme destacado por Araújo et al. (2018), é fundamental promover a inclusão e a diversidade corporal em todos os espaços sociais que são passos essenciais para mudar essa realidade em que a aparência feminina é atravessada pelo controle por meio da ofensa e do assédio. Não por acaso, Wolf (1992, p. 289) analisa que “[a] anorexia está se propagando por que funciona”, a mulher com fome é aquela que demonstra controlar o seu corpo, ainda que fique doente, pois “[...]a anorexia serve aos interesses de instituições dominadas pelos homens [...]. E para eles, melhor uma mulher doente e magra do que uma com corpo gordo saudável.

Vale destacar que, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a obesidade é uma doença crônica e não pode ser comparada a um vício. O termo “vício” está associado ao abuso de substância ou dependências comportamentais, como jogos ou compras compulsivas (Equipe Nsaúde, 2023). Comentários como esses revelam o preconceito enraizado na sociedade e desconsideram que, por trás da figura pública, existe uma mulher, mãe e profissional, que é alvo constante da crueldade de uma internet que impõe padrões de beleza, que não são “apenas” sobre beleza, são também sobre o direito à existência, à diversão, ao prazer, ao amor. São articulações discursivas que produzem o certo e o errado, ao mesmo tempo que marginalizam uma e enaltecem outra (Andrade, 2003).

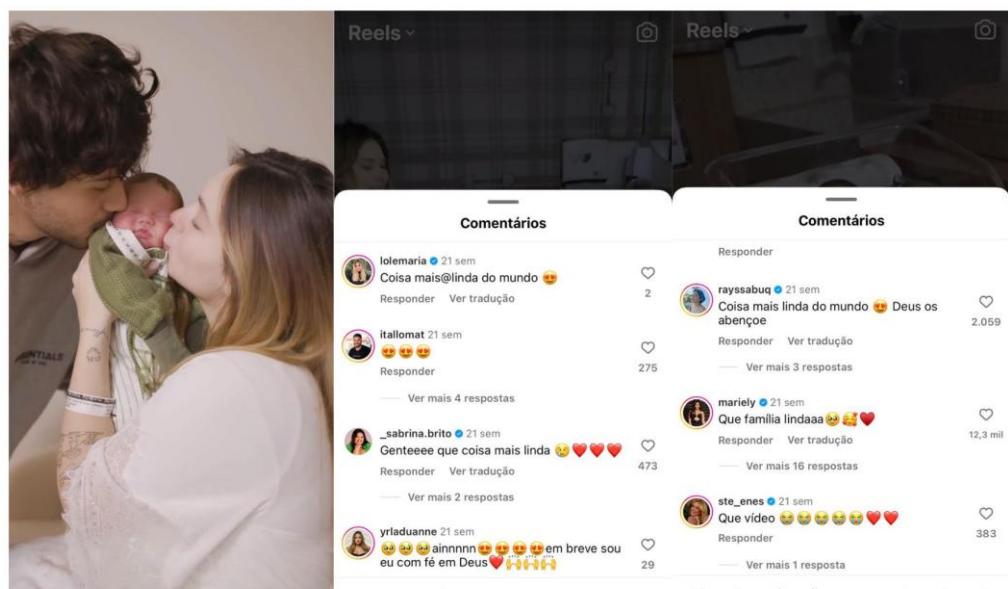
Embora a associação entre obesidade e vício seja um ponto que desperte importantes reflexões, este trabalho não se propõe a aprofundar essa discussão. Trata-se de um tema complexo, que exige um aporte teórico específico e um recorte próprio, mais adequado a outro momento acadêmico. Neste contexto, o foco permanece na análise dos discursos de beleza e nas representações corporais nas redes sociais.

Essa hostilidade direcionada à Thaís Carla evidencia como a sociedade contemporânea ainda luta para aceitar corpos que fogem dos padrões hegemônicos de beleza. A internet, em especial, se transforma em um espaço onde discursos preconceituosos são amplificados e normalizados, reforçando estigmas que prejudicam a autoestima e o bem-estar das pessoas. Como apontam os estudos de Jimenez-Jimenez (2020), esse tipo de preconceito não se limita

às críticas isoladas, mas se conecta a uma estrutura social mais ampla que marginaliza e opprime corpos gordos, retratando-os como indignos de respeito e admiração

Abaixo consta a publicação de Virginia Fonseca (Figura 2), que retrata um vídeo do dia do nascimento do seu terceiro filho Jose Leonardo, publicada em nove de setembro de 2024.

Figura 2 Post de Virginia Fonseca no nascimento do seu filho



Fonte: Instagram de Virginia Fonseca, 2024.

Na publicação verificamos que o momento feliz e de realização para a influenciadora foi respeitado, o que difere da anterior. Foram feitos comentários apenas de maneira positiva, e desejando coisas boas para o novo integrante da família. É como se Virginia estivesse autorizada pela sociedade machista a exibir sua família e não Thais não. É como se a romantização da família nuclear fosse possível apenas para uma das influenciadoras, aquela que está mais articulada ao poder, ao padrão, que cumpre os ritos esperados (e exigidos) pela sociedade que odeia as mulheres.

O fato de enaltecerem a Virginia Fonseca, eles/as reafirmam a necessidade de repensarmos as narrativas construídas sobre corpos nas redes sociais. As publicações foram feitas para demonstrar o amor e as realizações dos momentos das influenciadoras, mas, para uma foi transformada em um palco de julgamentos e humilhações, evidenciando o quanto desafiador é para figuras públicas como Thaís que rompem com os padrões estabelecidos e ocupam, e para a outra foi palco para acolhimento.

Virgínia que é, declaradamente, adepta das intervenções cirúrgicas colabora com a indústria rentável e perigosa das cirurgias sem necessidade médica. Wolf (1992, p. 337) explica que “[e]las gastam o dinheiro que têm e correm o risco. À medida que os cirurgiões enriquecem, eles conseguem espaço cada vez maior e mais atraente para sua propaganda”. Deste modo, a publicação sobre o nascimento do filho é também uma *ode* às intervenções no corpo em prol do padrão. Evidenciando como a busca pelos padrões de beleza impostos pela sociedade se tornou uma indústria altamente lucrativa, impulsionada pelo poder aquisitivo de pessoas que desejam se enquadrar nesses ideais. O consumo desenvolvido de procedimentos estéticos, muitas vezes sem considerar os riscos, demonstra a influência da mídia e da publicidade e a normalização dessas intervenções.

O perigo está exatamente na naturalização dessas práticas como o “melhor caminho”, ignorando os impactos físicos, psicológicos e sociais que podem ocorrer nessas intervenções. De acordo com Ribeiro (2016), o Instagram atua como uma ferramenta da indústria da beleza, promovendo a imagem de um corpo ideal, definido pela magreza, juventude e aparência saudável, associando-o à felicidade. No entanto, há pouca visibilidade na plataforma sobre o sofrimento daqueles/as que não conseguem se encaixar nesses padrões estéticos. Ao se basearem exclusivamente no que é divulgado pela mídia, muitas pessoas recorrem a dietas extremas, intensificam a prática de exercícios físicos e se submetem a procedimentos cirúrgicos arriscados.

Essa análise reforça a urgência de educar para a diversidade corporal e restringir a discriminação em todos os níveis, promovendo o respeito e a empatia como valores essenciais, tanto no ambiente online quanto fora dele. Além disso, o papel das redes sociais como agentes que podem perpetuar preconceitos ou, de forma consciente, ajudar a desconstruí-los, dependendo do uso e das narrativas que escolhemos compartilhar e incentivar.

Muitas mulheres, por sua vez, idolatram Virginia por seu corpo padrão e buscam se aproximar de seu estereótipo, pois esse caminho é visto como mais acessível e menos sujeito a julgamentos, garantindo uma aceitação social mais ampla. A pressão estética imposta pela sociedade incentiva a busca incessante por corpos idealizados, levando muitas mulheres a acreditarem que somente ao se encaixar nesse modelo poderão ser valorizadas e respeitadas. Esse processo não apenas reforça padrões inatingíveis, mas também contribui para a manutenção de uma lógica excluente que marginaliza aqueles que não se adequam às normas estéticas predominantes.

Ainda que muitas mulheres possam se identificar com Thaís, nenhuma delas quer ser humilhada. A hostilidade enfrentada por corpos fora do padrão incentiva a adesão ao modelo dominante como uma forma de autopreservação, pois, ao seguir o padrão, evitam-se críticas e ofensas. Dessa forma, suspeitamos que a pedagogia transmitida nesta comparação é de que o padrão prevalece, mas também protege de ataques nesse espaço pedagógico do Instagram (Andrade, 2003). Mais adiante veremos até onde é possível ir em busca da aceitação do corpo magro e os limites impostos por essa padronização.

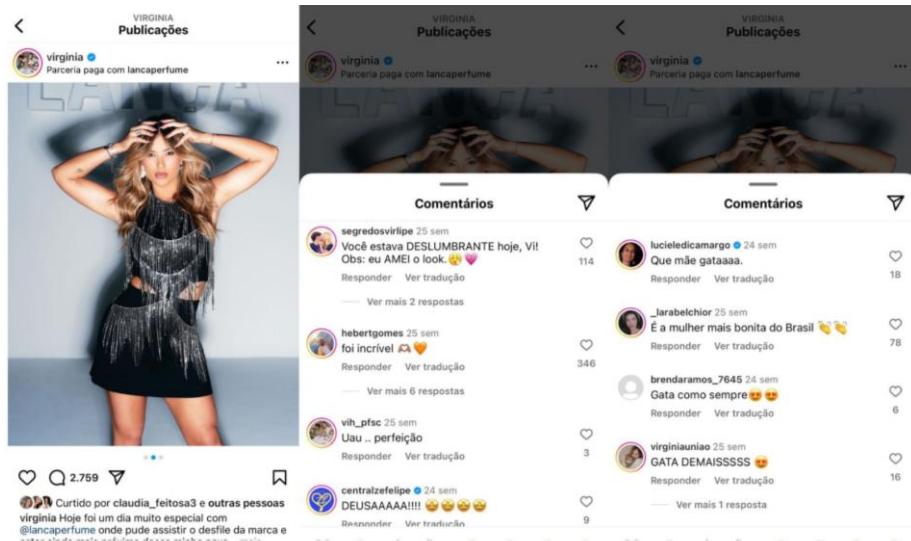
Ao fim desta análise, torna-se evidente como a construção dos padrões de beleza, amplificada pelas redes sociais e pela publicidade, impacta profundamente a percepção do corpo feminino e a autoimagem das mulheres. A comparação entre as experiências de Thaís Carla e Virginia Fonseca ilustra de maneira clara como a aceitação social ainda está atrelada a um padrão corporal restrito, e como aqueles que dele divergem são submetidos a discursos de exclusão e hostilidade. O estudo evidencia também a necessidade de um olhar mais crítico sobre o papel da mídia na propagação de ideais estéticos inalcançáveis e os impactos negativos dessa padronização.

Mais do que apenas apontar desigualdades, a pesquisa reforça a importância da educação e da conscientização para a construção de um ambiente midiático e social mais inclusivo, onde a diversidade corporal seja valorizada e respeitada. Em outras palavras, é preciso saber ler as mídias, pois a reflexão proposta incentiva uma mudança na forma como os corpos femininos são percebidos e representados, promovendo um debate essencial para o combate à discriminação e para a promoção de um discurso que valorize a pluralidade e o direito de existir em diferentes formas e tamanhos.

3.2 TRABALHO

A seguir, será apresentada a publicação de Virginia Fonseca (Figura 3) feita no dia 25 de março de 2024, pronta para mais uma parceria com a marca Lança Perfume.

Figura 3 – Post de Virginia Fonseca para Lança Perfume



Fonte: Instagram de Virgínia, 2024.

A foto de Virginia recebeu somente elogios de seus seguidores/as e de outras amigas também inseridas em seu nicho de trabalho, como Luciele Di Carmargo, que, assim como ela, é mãe, digital influencer e se encaixa nos padrões estéticos convencionais. Comentários como 'DESLUMBRANTE', 'incrível', 'perfeição' e 'DEUSAAAAA!!!!' reforçam sua posição como um modelo de beleza socialmente aceito, o que contribui para sua credibilidade no mercado publicitário e facilita novas parcerias profissionais.

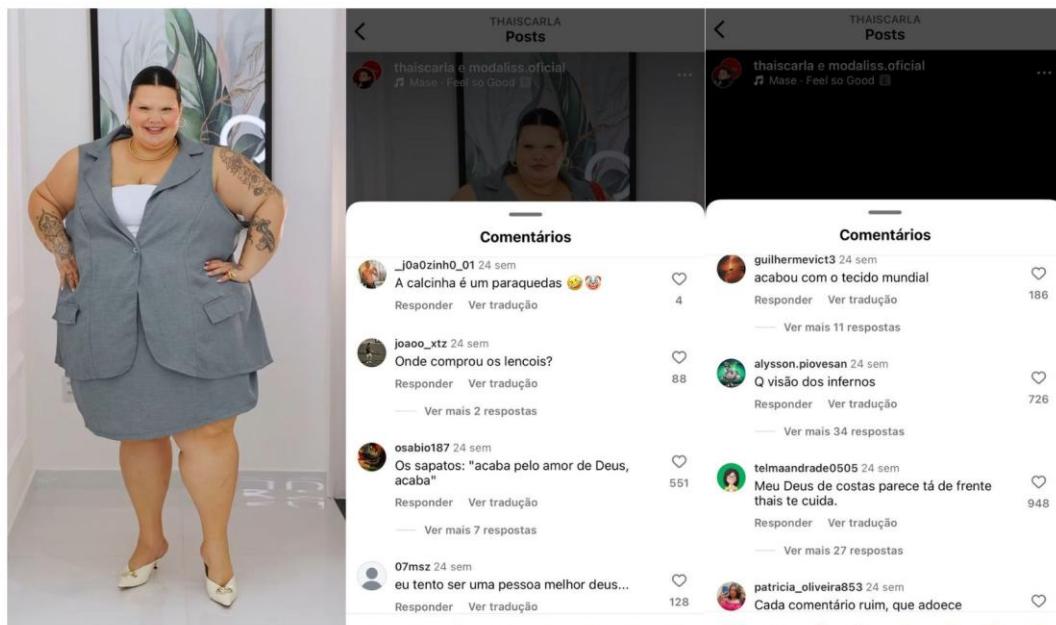
Por outro lado, a influenciadora Thais Carla vivencia um cenário completamente diferente. Em sua publicação realizada no dia 20 de agosto de 2024, em parceria com a marca Modaliss, os comentários recebidos foram predominantemente depreciativos e carregados de preconceitos, evidenciando o tratamento desigual que corpos fora do padrão sofrem na sociedade.

A preferência da indústria da beleza e da publicidade por perfis como o de Virginia, que é magra, branca e de classe alta, reflete um problema estrutural que impacta diretamente a autoestima e o comportamento de milhares de mulheres. A idealização desse padrão, amplificada pelas redes sociais, leva muitas mulheres a buscarem incessantemente um corpo semelhante ao de Virginia, independentemente de suas condições sociais, econômicas ou biológicas. Esse fenômeno contribui para a disseminação de práticas prejudiciais, como dietas restritivas, uso excessivo de procedimentos estéticos e até mesmo transtornos alimentares.

Nesse contexto, a inserção de uma educação crítica sobre os padrões de beleza e suas consequências para a saúde mental e física das mulheres. Como um espaço de formação de subjetividades, a escola tem papel fundamental na desconstrução desses ideais inalcançáveis,

uma vez que, conforme Louro (2008), qualquer mudança significativa deve começar pela educação escolar, pois esse é um dos espaços mais potentes de reprodução e ressignificação das pedagogias culturais. Ademais, Novaes (2011) aponta que vivemos em uma sociedade caracterizada pela "corpolatria", onde a valorização excessiva da aparência física se sobrepõe a outras dimensões da identidade e da subjetividade humana. Assim, a problematização desses valores, pensando que são educativos, pode contribuir para a construção de um olhar mais inclusivo e consciente em relação à diversidade corporal.

Figura 4 Post de Thais Carla ‘arrume – se comigo’



Fonte: Instagram de Thaís, 2024.

O formato que Thais Carla fez essa publicação foi um *Reels*, muito usado pelas influenciadoras de moda para fazer um ‘arrume-se comigo’ onde mostram o começo da produção até o fim, e os comentários recebidos foram: ‘A calcinha é um paraquedas’, ‘onde comprou os lençóis?’, ‘acabou com o tecido mundial’ e muitos outros piores referindo-se as roupas de Thais e zombando a ativista, sem contar com as diversas curtidas nesses comentários maldosos. Diferente de Virginia, os comentários não encorajam e incentivam outras marcas a fechar parceria com a influenciadora, visto que as empresas não buscam suas marcas atreladas a polêmicas, o que pode contribuir para a exclusão de Thais do campo da publicidade e asseverar o que Wolf (1992) tratou como “gordura feminina como doença”.

Thaís, mesmo sendo uma ativista na luta contra a gordofobia, continua enfrentando ataques constantes em suas redes sociais, independentemente do que defenda ou realize. As críticas direcionadas a ela não se limitam a seus posicionamentos, mas à sua existência em um corpo gordo, o que evidencia a tentativa de deslegitimá-la enquanto mulher. Conforme Rangel (2017), a gordofobia tem suas raízes no movimento feminista dos Estados Unidos, inicialmente associada à estigmatização do corpo feminino e, posteriormente, ampliada para discutir as formas de opressão específicas contra mulheres gordas. Dessa forma, a autora define essa discriminação como um processo de marginalização social que afeta diretamente aqueles que possuem corpos fora dos padrões impostos pela sociedade.

A marca associada a Thais Carla adota uma abordagem inclusiva, celebrando a beleza das mulheres com corpos gordos e ampliando as representações de diversidade no mercado. Em contraste com a marca mencionada anteriormente, foi realizada uma análise preliminar nos sites de ambas as marcas para verificar os tamanhos disponibilizados para as consumidoras, evidenciando as diferenças na oferta de produtos específicos.

Ao longo desta análise, percebe-se como a publicidade e as redes sociais perpetuam padrões de beleza que privilegiam corpos magros, brancos e pertencentes a classes sociais mais elevadas. A diferença na recepção do público e das marcas em relação às publicações de Virginia Fonseca e Thaís Carla evidencia um sistema que marginaliza corpos gordos e reforça estereótipos prejudiciais.

Enquanto Virginia recebe admiração e oportunidades no mercado publicitário, Thaís é alvo de ataques e exclusão, demonstrando como a gordofobia não é apenas um fenômeno individual, mas um reflexo de uma estrutura social excludente. Essa realidade reforça a necessidade de uma educação crítica que promova a diversidade corporal, combatendo padrões irreais e incentivando uma relação mais saudável com a autoimagem. A mudança passa pela desconstrução dessas narrativas, porque leva em consideração que as pedagogias culturais da magreza são violentas para as mulheres, incentivar a reflexão sobre isso é garantir que diferentes mulheres, independentemente de seu corpo, sejam respeitadas e valorizadas.

3.3 ATÉ ONDE VAI O PADRÃO?

“[...] Todo corpo-que-importa é um corpo que implora: é um corpo que implora ser visto” (Zago, 2013, p. 294). A partir dessa reflexão, surge a questão: até onde vai o padrão de beleza? Se o corpo gordo é frequentemente representado como indesejável, associado à feiura

e à falta de controle, enquanto o corpo magro, quando em excesso, também é alvo de repulsa por ser visto como exagerado ou doentio, onde se encontra o limite do aceitável? A lógica excludente dos padrões de beleza cria uma constante insatisfação corporal, onde poucos corpos são legitimados como belos e desejáveis, enquanto todos os outros são renegados à margem, implorando por validação, pertencimento e o direito de existir sem ser alvo.

Nas redes sociais, a felicidade é performada: todos parecem estar bem, saudáveis, viajando e desfrutando de experiências idealizadas (Takara, 2025). A exposição constante à vida filtrada do outro gera uma busca incessante por pertencimento, onde a validação passa pela adesão a padrões previamente estabelecidos. Han (2018, p. 31) sugere que “[...] tocamos o outro com a ponta dos dedos para fazer aparecer ali a nossa imagem refletida”, revelando a necessidade de reconhecimento e aprovação digital. Mas até onde temos que nos moldar aos padrões do mercado?

A construção da identidade passa a ser mediada por filtros e curtidas, tornando-se um reflexo de expectativas externas em vez de uma expressão autêntica. O desejo de facilitar a transformação de corpos e subjetividades em produtos convenientes, sempre passíveis de correção para se encaixar. Para ilustrar o *modus operandi* de uma sociedade machista e patriarcal, é possível observar que nem mesmo o padrão de beleza imposto é elogiado quando apresentado de forma excessiva ou exagerada. O corpo feminino está sempre em busca, porque nunca é suficiente. Retomando a reflexão de Zago (2013), que afirma que “o corpo que importa é aquele que está implorando para ser visto e elogiado, ser aceito e contemplado”, podemos analisar os julgamentos dirigidos a Thais Carla e Virginia Fonseca.

Enquanto Thais é alvo de críticas devido ao seu corpo gordo, como evidenciado na figura 7, ela é alvo de comentários pejorativos como: “Se passar na frente do sol, vai ter eclipse”, que faz alusão ao seu tamanho, e “Quem disse que preto emagrece mentiu”, em referência ao seu vestido. Além disso, um comentário apontando que ela “não é a pessoa indicada para ensinar a se vestir” levanta a questão: por que Thais não poderia compartilhar dicas de moda com seus/as seguidores/as? Esses comentários revelam a urgência de promover uma reflexão crítica e educativa sobre os padrões de beleza impostos pela mídia, porque ela é pedagógica e orienta os modos de ser. A educação, enquanto processo de construção do conhecimento e transformação social, desempenha um papel fundamental na desconstrução dessas normas, como aponta Andrade (2003).

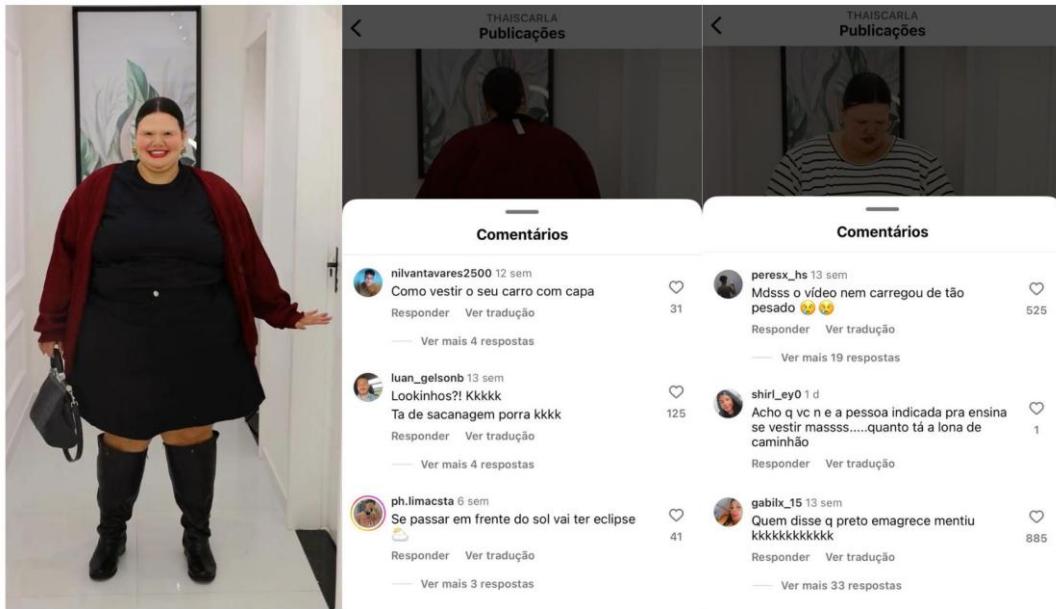
Na Figura 8, Virgínia Fonseca, amplamente admirada por se encaixar nos padrões convencionais de beleza, também se torna alvo de críticas quando sua magreza passa a ser questionada. Em um dos comentários de sua publicação, uma seguidora afirma: "Nem por um

"milhão eu queria essa barriga", sugerindo que, apesar de representar um ideal estético, há um limite dentro desse padrão que, quando ultrapassado, também se torna alvo de julgamentos. Comentários como "Virginia acabando com sua beleza natural, era tão linda!" Reforçam a ideia de que até mesmo aquelas que são consideradas ícones de beleza enfrentam cobranças e patrulhamentos constantes sobre sua aparência.

Diante desse cenário, é fundamental que a educação midiática e a conscientização sobre os impactos da cultura digital se tornem ferramentas de resistência contra esses padrões opressivos. A desconstrução de ideais irreais de beleza deve envolver um debate crítico sobre a influência da publicidade e das redes sociais na autoimagem e autoestima das mulheres. Como argumenta Hooks (2019), a transformação social depende da valorização da diversidade e da acessibilidade dos corpos em sua pluralidade. A partir dessa perspectiva, é necessário fomentar discussões que ampliem as noções de beleza, promovendo a autonomia das mulheres em relação à sua própria aparência e identidade, sem que essas escolhas sejam ditadas exclusivamente por um olhar.

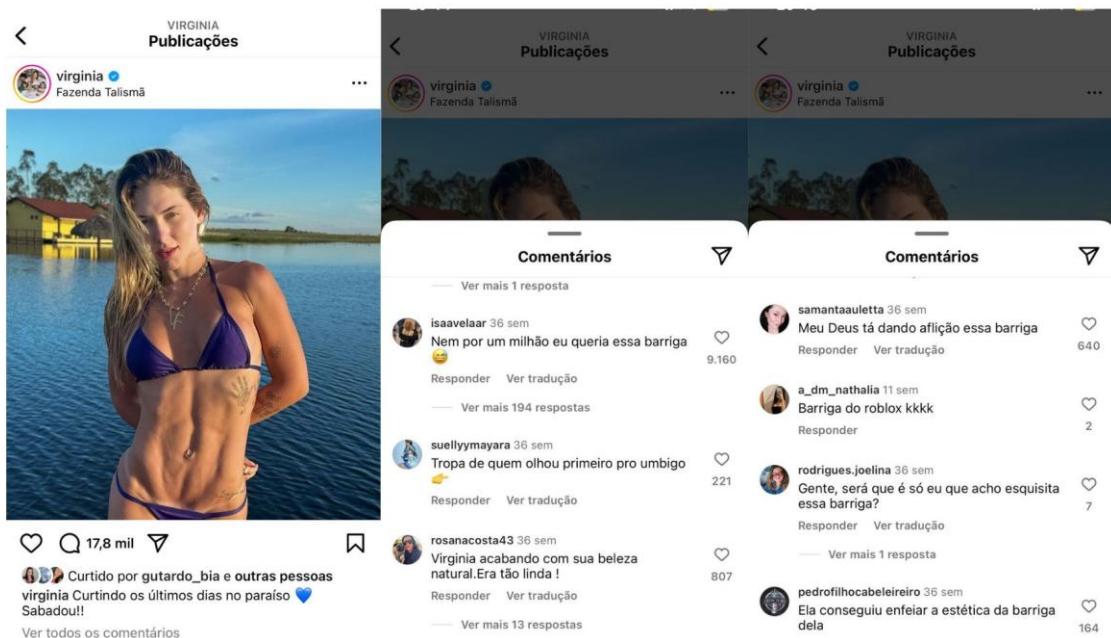
Assim, o padrão de beleza não é fixo, mas moldado por expectativas sociais que podem ser igualmente cruéis com aqueles que não se encaixam ou que, de alguma forma, extrapolam os limites impostos. Nesse sentido, Debord (1997) destaca que a sociedade do espetáculo se baseia na valorização das aparências, onde a imagem se sobrepõe à identidade real, tornando qualquer desvio um alvo de escrutínio público. Dessa forma, tanto Virginia quanto Thaís Carla demonstram que a busca pelo padrão de beleza é uma imposição inalcançável, onde as mulheres estão sempre sujeitas a julgamentos, independentemente de seu corpo.

Figura 5 – Post de Thais Carla sobre roupas



Fonte: Instagram de Thaís, 2024.

Figura 6 - Post de Virginia Fonseca na fazenda Talismã



Fonte: Instagram de Virgínia, 2024.

Esse processo de adaptação aos padrões estéticos impostos pela sociedade e pelas redes sociais reflete uma pressão constante para que indivíduos, especialmente mulheres, se adequem a uma imagem corporal idealizada, muitas vezes irreal e excludente. No caso de Thais e Virginia, as respostas às suas aparências corporais demonstram que os padrões de beleza são flexíveis e subjetivos, mas igualmente opressores. Enquanto Thais é criticada por seu corpo gordo, Virginia é cobrada por ser magra demais, o que evidencia a impossibilidade de atender às expectativas de uma sociedade que impõe um padrão estético que não são reais.

“Enfim, todas as mulheres são operáveis” (Wolf, 1992, p. 377). A publicidade exerce uma interpelação significativa na construção de padrões de beleza irreais, como aponta Wolf (1992). A autora argumenta que a beleza se tornou um produto a ser vendido, e que as mulheres são constantemente bombardeadas por imagens que as levam a buscar um ideal de beleza inalcançável. Essa busca incessante por um corpo perfeito pode gerar insatisfação, baixa autoestima e até mesmo transtornos alimentares. Revelando como a indústria da beleza molda os padrões estéticos e impõe ideais de beleza irrealistas às mulheres.

Essa dualidade de julgamentos expõe a necessidade de um olhar mais crítico sobre as representações corporais na mídia e nas redes sociais, destacando a urgência de políticas e práticas que promovam a inclusão e a diversidade. A sociedade continua a valorizar corpos dentro de um molde restrito e rígido, marginalizando aqueles que não se enquadram, como corpos gordos, corpos não brancos e corpos fora dos padrões de magreza. A constante busca pela validação, tanto por meio de elogios quanto de críticas, criando um ciclo de insatisfação e autoquestionamento, onde a identidade é constantemente negociada.

“Portanto, não podemos eleger as mensagens midiáticas como soberanas na proposição de significados para a recepção, porque embora os/as receptores/as entendam a mensagem e possam, inclusive, compartilhar de seu, há possibilidades de escape, há possibilidades de negociação e reflexão [...]” (Accorsi, Teruya, 2020, p. 193-194). A análise dos julgamentos sofridos por Thaís Carla e Virgínia Fonseca, nas redes sociais, reverbera que há escapes por parte do público, nem todo mundo concorda, nem todo/as aceitam, o que revela a complexidade e a contradição dos padrões de beleza impostos às mulheres. A busca incessante por um ideal estético inalcançável se mostra uma ferramenta de controle social que aprisiona todas, independentemente de onde estejam situadas dentro desse padrão.

As críticas dirigidas às influenciadoras expõem a forma como o corpo feminino é constantemente vigiado e julgado, reforçando a necessidade de uma mudança estrutural na maneira como a sociedade enxerga e valoriza a diversidade corporal. Essa discussão evidencia que a aceitação e a autoestima não devem estar atreladas à aprovação alheia, mas à construção

de um olhar mais crítico sobre os padrões de beleza. Dessa forma, é essencial promover espaços de reflexão e educação para que mais pessoas compreendam que a beleza real reside na pluralidade dos corpos e que nenhuma mulher deve ser reduzida à sua aparência.

3.4 PADRÕES CADA VEZ MAIS INATINGÍVEIS

A imposição de padrões de beleza irreais não apenas marginaliza os corpos fora do padrão, mas também gera impactos em mulheres que tentam incessantemente se adequar a essas críticas estéticas. A insatisfação corporal, impulsionada pelo bombardeio midiático de imagens idealizadas, pode levar ao desenvolvimento de transtornos alimentares, ansiedade, depressão e outros distúrbios emocionais (Ribeiro, 2016). Para muitas mulheres, a busca pelo corpo perfeito se transforma em um ciclo de frustração e baixa autoestima, onde a felicidade e o sucesso parecem estar condicionados à aparência.

A normalização das cirurgias plásticas e procedimentos estéticos como caminhos para a acessibilidade social reforça esse problema. Como aponta Wolf (1992), a indústria da beleza explora a insegurança feminina para lucrar, promovendo padrões cada vez mais inatingíveis. No caso de Virginia Fonseca, por exemplo, a recorrência de disciplinas estéticas cria um modelo de beleza quase artificial, que se torna referência para milhares de seguidoras. Ao mesmo tempo, a exclusão do corpo gordo de Thaís Carla evidencia que, para a sociedade, não basta apenas aceitar-se; é preciso encaixar nos moldes pré-estabelecidos.

A pressão constante para atingir padrões de beleza idealizados também impacta a saúde mental de mulheres de todas as idades, promovendo uma cultura de comparação e insatisfação. A presença de influenciadoras como Virginia Fonseca nas redes sociais, com suas imagens cuidadosamente editadas e procedimentos estéticos, contribui para uma falsa percepção de perfeição. Essas imagens, amplamente compartilhadas, alimentam um ciclo de desejo e insegurança, levando muitas mulheres a acreditarem que o valor delas está diretamente atrelado à sua aparência física. Como resultado, elas podem passar a se submeter a dietas restritivas, práticas prejudiciais à saúde e até mesmo intervenções cirúrgicas, acreditando que isso as tornará mais aceitas ou bem-sucedidas.

Como aponta Orbach (2019), a indústria da beleza explora a insegurança feminina para lucrar, promovendo padrões cada vez mais inatingíveis. O mercado estético está em constante evolução, criando novos padrões que tornam o “corpo perfeito” ainda mais distante para muitas mulheres. O culto à aparência e a pressão para se adequar a esses padrões muitas vezes tornam-se fontes de sofrimento e conflito interno. No caso de influenciadoras como

Thais Carla, que desafia os padrões tradicionais de beleza, a exclusão do corpo gordo ainda persiste, e sua presença no mundo digital se torna uma tentativa de reverter essa narrativa. Ao mesmo tempo, mulheres que se distanciam dos modelos tradicionais são frequentemente marginalizadas, reforçando a ideia de que só existe um tipo de corpo aceito.

A busca incessante por uma imagem idealizada não apenas prejudica a autoestima, mas também contribui para o aumento de distúrbios alimentares e transtornos psicológicos. É urgente que se promovam discussões mais profundas sobre a diversidade de corpos e o impacto da mídia sobre a saúde mental das mulheres, para que elas possam se libertar de um sistema que as explora em nome da beleza e do consumo.

Dessa maneira, a relação entre mídia, padrões estéticos e saúde mental precisa ser amplamente debatida e problematizada, não apenas no âmbito acadêmico, mas também em espaços educativos e sociais. A educação midiática surge como um instrumento essencial para que mulheres possam desenvolver um olhar crítico sobre as imagens e discursos que consomem, compreendendo que a beleza real está na diversidade e não em um único padrão excludente.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões desenvolvidas ao longo deste estudo evidenciam o impacto da publicidade na construção de padrões de beleza irreais, funcionando como pedagogias que atravessam os corpos e se situam como base na construção identitária das mulheres. A análise das narrativas de Thais Carla e Virginia Fonseca permitiu compreender como diferentes representações corporais são recebidas e interpretadas pelo público, refletindo a presença de discursos que reforçam ou contestam estereótipos estéticos. A investigação demonstrou que as influenciadoras não apenas disseminam conteúdo sobre moda, estilo de vida e autocuidado, mas também funcionam como pedagogias culturais que orientam comportamentos e expectativas sociais sobre o corpo feminino.

Diante disso, torna-se evidente a necessidade de fomentar debates críticos sobre as mídias, desnaturalizando seus discursos, promovendo uma maior diversidade de representações. Para atenuar os impactos negativos causados pela padronização estética, é fundamental incentivar a valorização de diferentes biótipos corporais e a educação para a aceitação da própria imagem. A criação de campanhas publicitárias mais inclusivas e a regulação da publicidade voltada para o corpo são medidas que podem contribuir para uma representação mais equitativa da diversidade corporal. É indicado, ainda, que haja estudos

sobre os corpos (plurais) nas faculdades de educação para que as pedagogas se tornem agentes da transformação de sentidos impostos pela mídia patriarcal e machista.

A escolha metodológica das influenciadoras Virginia Fonseca e Thais Carla como objeto de análise neste trabalho se deu a partir da relevância que ambas possuem no ambiente digital e da maneira como suas imagens influenciam a construção de padrões de beleza. Apesar de representarem corpos e discursos distintos, as duas compartilham um estilo de vida semelhante marcado pela exposição constante nas redes sociais e pela monetização dessa visibilidade. Thais Carla, mesmo com uma proposta de militância voltada para a aceitação corporal, também está inserida no mercado da interpelação digital, sendo remunerada por sua presença online e colaborações com marcas. Dessa forma, a comparação entre elas se mostrou pertinente para compreender como a publicidade pode tanto reforçar estereótipos quanto abrir espaço — ainda que limitado — para discursos alternativos sobre o corpo e a beleza.

O estudo também alcançou seus objetivos ao demonstrar como a publicidade e as redes sociais orientam a percepção de beleza das mulheres e ao destacar as consequências dessa influência na autoestima e na saúde mental. A investigação revelou que as críticas dirigidas às influenciadoras analisadas estão profundamente enraizadas em construções socioculturais que reforçam um ideal inalcançável de beleza, marginalizando corpos que não se enquadram nesse padrão.

A partir da perspectiva das pedagogias culturais, comprehende-se que a mídia atua como um espaço de aprendizado onde valores, normas e padrões estéticos são continuamente ensinados e reforçados. Esse processo educativo informal molda a forma como as mulheres percebem seus corpos e como se posicionam em relação às expectativas sociais. Dessa maneira, a mídia e as redes sociais não apenas refletem, mas também constroem narrativas sobre o que é considerado aceitável ou desejável na aparência feminina, tornando essencial uma abordagem crítica e educativa para desconstruir esses discursos.

Os resultados subsidiam sugestões de relações outras sobre corpo e educação como o aprofundamento da análise sobre os impactos da exposição midiática de diferentes perfis corporais. Além disso, estudos que investiguem o papel da educação midiática na formação de um olhar mais crítico sobre os padrões estéticos podem contribuir para a redução dos efeitos negativos da publicidade na autoimagem e autoestima das mulheres.

Assim, este trabalho se insere em um debate essencial para a compreensão das dinâmicas entre publicidade, corpo e sociedade, colaborando para uma perspectiva mais inclusiva e consciente da diversidade corporal. Somente por meio da conscientização e da reformulação das pedagogias culturais será possível transformar a maneira como os corpos

são representados e reconhecidos na sociedade, promovendo um ambiente mais equitativo e livre de opressões estéticas.

REFERÊNCIAS

- ACCORSI, Fernanda Amorim; TERUYA, Teresa Kazuko. A pesquisa como ato reflexivo de coragem e disputa por significado. In: **Textura: Revista de Educação e Letras.** v. 22 n. 49. jan/mar 2020, p. 190-204. Disponível em: <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/view/5206/3674>. Acesso em 06 de mar. de 2025.
- ANDRADE, Sandra dos Santos. Mídia impressa e educação dos corpos femininos. In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre. **Corpo, gênero e sexualidade:** um debate contemporâneo na educação. Petrópolis/RJ: Vozes, 2003, p. 108-123.
- Araújo, L. S., Coutinho, M. P. L., Araújo-Moraes, L. C., Simeão, S. S. S., & Maciel, S. C. (2018). Preconceito frente à obesidade: Representações sociais veiculadas pela mídia impressa. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, 70(1), 69–85.
- CARVALHO, Alexandre Filordi de; Educação e Imagens na Sociedade do Espetáculo: as pedagogias culturais em questão. **Educação e realidade**, Porto Alegre, v. 38, n. 2, p. 587-602, abr./jun. 2013.
- COSTA, Marisa Vorraber. Estudos Culturais e educação – um panorama. In: SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. **Cultura, poder e educação:** um debate sobre estudos culturais em educação. Canoas/RS: Ulbra, 2011, p. 107-119.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo:** comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Mídia e Educação da mulher:** Modos De Enunciar O Feminino Na TV. V.9,n.2, p. 586-599,Florianópolis, 2001.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2010.
- HAN, Byung-Chul. No enxame. **Notas sobre o digital.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.
- HOOKS, Bell. **O feminismo é para todo mundo:** políticas arrebatadoras. 1 ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.
- HOOKS, Bell. **Teoria feminista: da margem ao centro** Trad. De Rainer Patriota. São Paulo: Perspectiva, 2019. Disponível em <[https://www.scielo.br/j/ref/a/3hhvTcmm4WnmFrvcJcr8Mxy/#:~:text=Teoria%20feminista%3A%20da%20margem%20ao%20centro%20foi%20escrito%20por%20Bell,%2C%20ra%C3%A3a%C3%A7a%C2%80g%C3%A3Anera%20e%20sexualidade.](https://www.scielo.br/j/ref/a/3hhvTcmm4WnmFrvcJcr8Mxy/#:~:text=Teoria%20feminista%3A%20da%20margem%20ao%20centro%20foi%20escrito%20por%20Bell,%2C%20ra%C3%A7a%C3%A7a%C2%80g%C3%A3Anera%20e%20sexualidade.)> Acessado em: 6 de março de 2025.
- JIMENEZ-JIMENEZ, Maria, Luisa. **Lute como uma gorda:** gordofobia, resistências e ativismos. 2020. Doutorado (Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea – ECCO) - Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT. Cuiabá, MT, Brasil. Disponível em:

<http://lutecomoumagorda.home.blog/tese-de-doutorado-lute-como-uma-gordagordofobias-resistencias-e-ativismos>

KRAUS, Karl. **Educação é aquilo que a maior parte das pessoas recebe, muitos transmitem e poucos possuem.** Disponível em:
<https://www.pensador.com/busca.php?q=Educa%C3%A7%C3%A3o+%C3%A9+que+a+maior+parte+das+pessoas++recebe%2C+muitos+transmitem+e+poucos+possuem>. Acessado em: 6 de março de 2025.

LOURO, G. L. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. Pro-Posições. 2008, v. 19, n. 2, p. 17-23

Mendes, Isis Tomaz. **As influências das redes sociais na construção de padrões estéticos acerca do corpo feminino.** 2024. 45f. Trabalho de Conclusão de Curso - Graduação (Educação Física - Licenciatura) - Universidade Estadual de Goiás, Goiânia. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=As+influ%C3%A3ncias+das+redes+sociais+na+constru%C3%A7%C3%A3o+de+padr%C3%B5es+est%C3%A9ticos+acerca+do+corpo+feminino.&btnG=#d=gs_qabs&t=1741744052033&u=%23p%3DbuzD1_8HnyQJ> Acessado em: 6 de março de 2025.

Novaes, J. V. (2011). **Beleza e feiúra:** corpo feminino e regulação social. Em M. Del Priore & M. Amantino (Orgs.), História do Corpo no Brasil (pp. 477-506). São Paulo: Unesp.

O Que é Um Vício e Como Reconhecê-lo. Disponível em: <https://nsaude.meunorden.com/o-que-e-um-vicio-e-como-reconhecer>. Acesso em: 9 fev. 2025.

ORBACH, Susie. **Corpo:** A bagunça da mulher moderna. Tradução de Denise Bottmann. São Paulo: Versos, 2019.

RANGEL, Natália Fonseca de Abreu. **A emergência do ativismo gordo no Brasil.** Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress (Anais Eletrônicos), Florianópolis, 2017, ISSN 2179-510X.

Ribeiro, V. M. M. (2016). **A psicologia clínica e a prevenção das doenças da beleza na Sociedade brasileira contemporânea.** Brasília: FCES, UniCEUB (Monografia, graduação) Disponível <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/10354>>

SABAT, Ruth. **Imagens de Gêneros e Produção da Cultura,** Editora Mulheres e pela EDUNISC, 2005.

TAKARA, Samilo. Pedagogia que lê as mídias. Encontro III, 17 de fevereiro de 2025.

Thaís Carla (@thaicarlaroficial). [Vídeo]. Instagram, Brasil, 12 de junho de 2024. Disponível em: <https://acesse.one/tXVqw>. Acesso em: 16 de setembro de 2024.

Thaís Carla (@thaicarlaroficial). [Vídeo]. Instagram, Brasil, 19 de junho de 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C8ahb9JJWS8/?igsh=MXJuNHpwYml1OHIxMQ>. Acesso em: 16 de setembro de 2024.

Virginia Fonseca (@virginia). [Foto]. Instagram, Brasil, 06 de janeiro de 2024. Disponível em: <https://acesse.one/Uo6uK>. Acesso em: 16 de setembro de 2024.

Virginia Fonseca (@virginia). [Vídeo]. Instagram, Brasil, 09 de setembro de 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C_tZKs6Soex/?igsh=ems4MnRrMzV4ZmZq. Acesso em: 16 de setembro de 2024.

SILVA, A. F. D. S. et al. Construção Imagético-Discursiva Da Beleza

Corporal Em Mídias Sociais: Repercussões Na Percepção Sobre O Corpo e o Comer Dos Seguidores. Demetra: alimentação, nutrição & saúde. Rio de Janeiro, v. 13,n. 2, p. 395-411, 2018

ZAGO, Luis Felipe. **Os meninos: corpo, gênero e sexualidade em e através de sites de relacionamento.** 2013. 331 f. Tese (Doutorado) — Curso de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013

Wikipédia, a enciclopédia livre. Virginia Fonseca. Disponível em:
https://pt.wikipedia.org/wiki/Virginia_Fonseca. Acesso em: 08 out. 2024

Wikipédia, a enciclopédia livre. Thais Carla. Disponível em:
https://pt.wikipedia.org/wiki/Thais_Carla. Acesso em: 08 out. 2024

WOLF, Naomi. O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução: Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992. Disponível em:
<file:///D:/Meus%20Documentos/Downloads/Wolf,%20Naomi.pdf>

.